

**Tática metodológica:
a análise de conteúdo na pesquisa empírica em comunicação**

Juliano Paz DORNELLES¹
Vicente Reis MEDEIROS²
Marcel Neves MARTINS³

Resumo

Este artigo tem como propósito a reflexão sobre a análise de conteúdo (AC) como tática metodológica para a pesquisa empírica em comunicação. A partir de preocupações pontuais dos autores e inseridas dentro de suas pesquisas em desenvolvimento no PPGCOM da PUCRS, procura aproximar o debate metodológico dos objetos de estudo e problemáticas de pesquisa, de modo a esclarecer tanto os próprios pesquisadores quanto os leitores acerca do potencial contido na análise de conteúdo. Entre a introdução e as considerações finais, o texto apresenta-se em três partes: análise de conteúdo da imprensa: a tática na estratégia (autoria de Marcel Martins), análise de conteúdo na internet: uma lógica ao estudo dos 'vlogs' (de Juliano Dornelles) e análise de conteúdo da entrevista: a "decupagem" no gabinete (de Vicente Medeiros).

Palavras-chave: Comunicação; Análise de Conteúdo; Imprensa; Vlogs; Entrevista.

Abstract

This article aims to reflect on the content analysis (CA) as a methodological tactic to empirical research in communication. From specific concerns of authors and inserted into their research in developing PPGCOM/PUCRS looking closer the methodological discussion of the objects of study and research issues in order to clarify both the researchers themselves as readers of the potential contained in content analysis. Between the introduction and closing remarks, the text is presented in three parts: content analysis of the press: a tactic in the strategy (authored by Marcel Martins),

¹ Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS. E-mail: pazdornelles@hotmail.com.

² Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS. E-mail: vicentermedeiros@gmail.com.

³ Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS. E-mail: neves.marcel@gmail.com.

content analysis on the Internet: a logical study of the 'vlogs' (of Juliano Dornelles) and content analysis of the interview: a "decoupage" at the office (Vicente Medeiros).

Keywords: Communication; Content Analysis; Press; Vlogs; Interview.

Introdução

A pesquisa empírica em comunicação demanda a eleição de táticas que possam auxiliar cada pesquisador para a abordagem do objeto estudo e para o enfrentamento da problemática de pesquisa. Destarte, este texto reúne preocupações convergentes acerca das possibilidades contidas na análise de conteúdo (AC) enquanto tática metodológica para a investigação científica. O escopo dos pesquisadores em objetos comunicacionais diferentes faz com que a análise de conteúdo seja tratada em cada uma das três partes deste artigo conforme ângulos específicos.

De um modo geral, a lógica contida na construção deste artigo considera como fundamental a reflexão sobre a análise de conteúdo no contexto da pesquisa empírica em comunicação e do debate epistemológico relativo às metodologias mais apropriadas para os estudos na área. Assim, a reflexão sobre a AC não aparece de forma isolada. Está envolvida na preocupação dos autores sobre a compreensão do fazer metodológico em comunicação.

Nesse contexto, partimos de um plano mais geral no item 'análise de conteúdo da imprensa: a tática na estratégia', com o relato de um percurso metodológico feito até o encontro da AC em sua potencialidade tática como chave num posicionamento estratégico para o estudo da construção do sentido popular da Copa do Mundo pela imprensa de Porto Alegre (RS). Já na segunda parte, em 'análise de conteúdo na internet: uma lógica ao estudo dos 'vlogs'', entramos nos pormenores da análise de conteúdo, na medida em que tratamos de suas fases metodológicas para o entendimento de processos comunicacionais na *web*. Por fim, em 'análise de conteúdo da entrevista: a "decupagem" no gabinete', vamos especificamente ao encontro do rigor metodológico

que, necessariamente, deve acompanhar o trabalho científico e o uso de táticas como a da análise de conteúdo.

A eleição da análise de conteúdo como metodologia para a pesquisa em comunicação se deve ao fato de estar consolidada nos estudos na área das ciências sociais aplicadas, apresentando possibilidade de combinação entre a pesquisa de caráter qualitativo e a quantitativa. A AC possibilita o destacamento de um desses tipos de pesquisa sem perdas ao estudo, dado seu potencial ajustamento às necessidades dos objetos empíricos dos pesquisadores. Ainda, a diversidade de técnicas para investigação que permite também incide sobre sua escolha como metodologia de pesquisa.

Análise de conteúdo da imprensa: a tática na estratégia

Para que compreendamos a(s) lógica(s) da construção do sentido popular da Copa do Mundo Fifa, no Brasil, na sociedade contemporânea pela imprensa de Porto Alegre (RS), vimos percorrendo uma trilha de preocupações epistemológicas, metodológicas e operacionais. Ainda que a análise de conteúdo, enquanto tática de pesquisa, tenha sido apropriada ideologicamente durante o trajeto de pesquisa, iniciado em março de 2013, somente emerge de forma cristalizada como ferramenta potencial para uso metodológico na pesquisa (LOPES, 1999) quando visualizada em consonância com as demandas do objeto de estudo em sua configuração plena, ainda que não esgotada – contudo inaugurada como recorte dentro de uma realidade fenomenológica complexa.

Até a lapidação do problema de pesquisa em seu potencial de zênite para a compreensão da formação de consensos sociais no contemporâneo via mídia, passamos por três fases, a saber, de proposição dedutiva (SANTAELLA, 2001) de uma hipótese acerca da realidade midiática da Copa do Mundo do Brasil; de exploração do empírico – pela aproximação ao objeto de estudo (representação noticiosa do Mundial de 2014); de conformação de um mapa epistemológico da pesquisa para fins metodológicos – no sentido de uma cartografia dos agenciamentos epistêmicos possíveis ao entendimento de um fenômeno em sua singularidade. Com a emergência da estratégia de pesquisa,

vemos a capacidade intrínseca ao objeto de estudo de deixar-se compreender pela análise de conteúdo enquanto tática de investigação.

Referindo-se a Lakatos e Marconi (1992), Santaella (2001) fala em método de abordagem e método de procedimento, que entendemos como dispositivos lógicos constituintes da orientação metodológica do pesquisador, isto é, conformadores da metodologia de pesquisa própria a cada problema científico em sua singularidade. Para Lopes (1999), “a metodologia situa-se no plano do paradigma, que nas Ciências Sociais fornece tanto modelos teóricos (determinada concepção do social), como modelos metodológicos (determinada concepção de investigação do social)” (p. 81).

Nesse sentido, emerge a metodologia da pesquisa, o que não significa a metodologia na pesquisa; diferença explicada pela autora: “Enquanto a primeira indica o domínio do estudo dos métodos numa ciência particular, a segunda constitui o âmbito da aplicação desses métodos numa determinada pesquisa. Enquanto a primeira é a teoria metodológica, a segunda é a prática metodológica” (LOPES, 1999, p. 85).

As instâncias metodológicas propostas por Santaella (2001) não coincidem exatamente com as duas formas metodológicas apresentadas por Lopes (1999). A metodologia da pesquisa corresponderia ao nível de “uma certa generalidade, pois métodos classificatórios, descritivos, exploratórios, empíricos, experimentais e outros mais repetem-se de modo relativamente similar em quaisquer ciências” (SANTAELLA, 2001, p. 130). Assim, coloca-se num *segundo nível*, em que habitam “os métodos particulares dos tipos de ciências e dos estratos das ciências” (SANTAELLA, 2001, *idem*).

A metodologia na pesquisa aparece num *terceiro nível*, em que “tem-se a interferência do pesquisador e de suas escolhas frente às metodologias que sua área científica lhe apresenta e às exigências que lhe faz o tipo específico de pesquisa que realiza” SANTAELLA, 2001, pp. 130/131). Com isso, o *primeiro nível* é aquele próprio ao método de abordagem, em que predominam abstrações relativas ao método científico empregado; campo de mobilização do raciocínio dedutivo, hipotético-dedutivo, indutivo e dialético. “O nível fundamental é geral, universal, sustentado nas principais classes de raciocínios ou argumentos. Demo (1985: 13) iniciou seu livro com a constatação de que

“regras lógicas do conhecimento são as mesmas” para todas as ciências [...]” (SANTAELLA, 2001, p. 130).

Nesse contexto, a primeira fase da pesquisa sobre a construção midiática do sentido popular da Copa 2014 objetivou uma proposição dedutiva. Segundo Santaella (2001, p. 137), o tipo de raciocínio dedutivo “parte de premissas gerais, teorias e leis para prever a ocorrência dos fenômenos particulares”. Assim, propomos que a realização da Copa do Mundo de 2014, no Brasil, teria como efeito a emergência na imprensa brasileira de linguagens e discursos híbridos, dado o fato de que, por ser realizada “em casa”, a Copa demandaria esforços para sua organização e, por isso, as atenções midiáticas não ficariam restritas às questões relativas à seleção brasileira ou aos jogos nos estádios.

Na abordagem metodológica feita para a estruturação da proposta de projeto, trabalhamos, fundamentalmente, com o dado empírico – sobre o qual lançamos a hipótese, inaugurando um problema (os modos de presença da Copa do Mundo nas páginas dos jornais Correio do Povo e Zero Hora). Para Ferrara (2010, p. 59), “[...] o domínio empírico tornou-se indispensável, de sorte que não é mais possível atuar no convívio território abstrato do conceito, ao contrário, tudo deve estar submetido à observação e à análise, quando não constatado a partir de rigoroso protocolo experimental”.

Na passagem para a segunda fase da pesquisa, dada a aprovação da proposta de estudo, iniciamos o procedimento metodológico. Basicamente, fizemos pesquisa bibliográfica e estudos de caso – considerando como casos determinadas coberturas jornalísticas do jornal Zero Hora, de Porto Alegre (RS), sobre a Copa de 2014. De um modo geral, na exploração do empírico descrevemos os observáveis (matérias jornalísticas de ZH), analisamos textos e imagens e demos saliência às significações contidas no comportamento da imprensa frente aos assuntos destacados por ela mesma. Esta fase subdividiu-se em dois estágios reflexivos, dada a localização de um ponto de mutação no amadurecimento do problema de pesquisa – deslocado da preocupação sobre os modos de presença da Copa do Mundo na imprensa à construção do sentido popular da Copa do Mundo por jornais de Porto Alegre (RS).

No primeiro estágio, trabalhamos no artigo ‘A Copa em pauta: a leitura de Zero Hora sobre a reforma do estádio Beira-Rio’⁴ para refletirmos sobre a hipótese da emergência de linguagens híbridas através das mídias no tratamento dos assuntos do Mundial. A confirmação da hipótese incutiu-nos a necessidade de avanço na pesquisa pela lapidação do problema. Com isso, vimos nessa diversidade discursiva a possibilidade de um hipertexto na imprensa acerca da Copa – ainda que não tivéssemos explorado outros jornais –, transcendente a cada publicação em particular.

O ponto de mutação ocorreu a partir do momento em que ficou explícito o caráter coesivo dos significantes mobilizados para dar sentido ao acontecimento esportivo. Assim, emergiu como problema o potencial hipertexto da Copa do Mundo na imprensa de Porto Alegre (RS). Mesmo com a virada paradigmática – do que é múltiplo ao que é coeso – na pesquisa, o problema apresentou-se um tanto vago e, ainda, abstrato. Na tentativa de apreensão da unidade significativa e com a necessidade de diálogo com o mundo empírico, chegamos – via abdução, e na esteira do hipertexto como um sedimento discursivo – à problemática da fomentação no social do sentido popular do acontecimento pela imprensa. Destarte, o problema de pesquisa configurou-se em sua potencialidade “máxima” para investigação científica de um processo comunicativo na sociedade contemporânea.

No segundo estágio, mantemos a pesquisa exploratória, porém com o intuito de perceber e compreender os operadores jornalísticos mobilizados na construção do sentido popular do megaevento esportivo. Na esteira da teoria da folkcomunicação, desenvolvemos os artigos ‘Jogada complexa sobre o Mundial de 2014: o agendamento do popular em Ruy de Todas as Copas’ e ‘Folkjornalismo: a construção do sentido popular da Copa do Mundo de 2014’ com o intuito de calibrar nossa visada acerca dos processos midiáticos de engendramento de certo consenso sobre o megaevento esportivo. Ainda, para efeito de contextualização do objeto de estudo, no artigo ‘Folkcomunicação em trânsito: o transporte coletivo urbano na convocação para a Copa

⁴ Artigo publicado em <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/cm/article/view/16201>.

do Mundo de 2014 no Brasil' reconhecemos que a construção do sentido popular do megaevento esportivo é desencadeada institucionalmente por operações do Governo (nível nacional, estadual e municipal) e da Fifa, transcendendo as organizações midiáticas.

Na terceira fase da pesquisa, realizamos uma cartografia do processo comunicacional, que se realiza em dois sentidos: pelas emanções do objeto de estudo conforme a lapidação do problema a partir da exploração do universo empírico e da pesquisa bibliográfica; pelas nossas tentativas metodológicas de modulação estética da arquitetura epistemológica da pesquisa conforme nosso potencial cognitivo predisposto à inteligibilidade do 'real'. Assim,

a cartografia é defendida não como método, e sim como filosofia essencial para a reflexão metodológica e a articulação dos procedimentos para encaminhar cada problema de pesquisa. O cartógrafo constrói um mapa do que observa, considerando forças, movimentos, aberturas, articulações e linhas de fuga verificados no terreno. É sempre o mapa de um determinado momento, e sob determinada ótica (o tempo e a visão do pesquisador) (FISCHER, 2008, p. 222).

Com a visualização da pesquisa através da emergência do mapa, encaminhamos a compreensão do problema pela definição de uma estratégia metodológica de pesquisa. Nesse sentido, “entre a condição cognitiva e sua realização, interpõe-se uma relação suscetível de permitir a flexibilização ou a adaptação da exigência de princípio às circunstâncias específicas de uma situação” (SODRÉ, 2006, p. 9). Segundo o autor, “essa relação é o que normalmente se conhece como *estratégia*” (ibid., p. 10). Estratégia que se encaminha a partir do paradigma da sociologia compreensiva como metodologia da pesquisa (LOPES, 1999) pertinente ao nosso objeto de estudo.

Para a operacionalização da investigação, vamos ao encontro de táticas que permitem o encontro com o objeto empírico. Faz-se necessária uma distinção entre a natureza da estratégia e a da tática. Sodré (2006, p. 10) afirma que a estratégia “para ser efetiva, ela tem de calcular os aspectos de começo e de fim da a o e não se confinar ao detalhamento concreto da manobra a que se dispõe. Esta última cabe à tática, responsável pela contingência do agir e confinada ao tempo presente”.

A tática que elegemos para a pesquisa empírica é a da análise de conteúdo. Conforme Bardin (2011, p. 37), “a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações”. Ainda, “não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações” (BARDIN, 2011, p. 37). De modo geral, Fonseca Júnior (2008, p. 280) afirma que “a Análise de Conteúdo (AC), em concepção ampla, se refere a um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa”.

No contexto da análise de conteúdo em jornalismo, e propriamente em relação ao trabalho dos pesquisadores, Lago & Benetti (2010, p. 127) afirmam que esses sujeitos “são como detetives em busca de pistas que desvendem os significados aparentes e/ou implícitos dos signos e das narrativas jornalísticas, expondo tendências, conflitos, interesses, ambigüidades, ou ideologias presentes nos materiais examinados”. Lago & Benetti (2010) sugerem ainda tópicos jornalísticos para a análise de conteúdo; dentre os quais destacamos, sobretudo, aqueles que estão mais intimamente relacionados com nossa problemática de pesquisa: “o enquadramento dado aos grandes temas na mídia, como meio ambiente, corrupção, segurança, saúde pública, educação, trabalho escravo etc.” (LAGO E BENETTI, 2010, p. 139); “o agendamento do noticiário em seus mais diversos gêneros e formatos” (LAGO E BENETTI, 2010, p.139); “critérios de noticiabilidade na imprensa” (LAGO E BENETTI, 2010, p. 140).

Análise de conteúdo na internet: uma lógica ao estudo dos ‘vlogs’

Com a popularização da internet no mundo a partir da década de noventa, e com o surgimento dos canais de compartilhamento de vídeos na primeira década do séc. XXI, a produção audiovisual por pessoas comuns iniciou um processo de crescimento vertiginoso. Tal produção é de extrema importância uma vez em que funciona como um registro histórico de uma época específica, agindo assim diretamente na construção da memória social.

Na sequência da evolução, “os computadores e as redes de comunicação passam por uma evolução acelerada, catalisada pela digitalização, a compreensão dos dados, a multimídia, a hipermídia” (SANTAELIA, 2001, p. 83). Neste contexto, os vídeos compartilhados na rede são multimidiáticos, sendo que (em muitos casos) agregam textos (legendas e créditos), áudio complementar (trilhas e efeitos sonoros) e hyperlinks.

Os vídeos são construídos com muitas diferenças e particularidades entre si. Em se tratando de vídeos do tipo ‘vlog’, por exemplo, as características de diferenciação e especificidade são ainda mais delimitadas. Cada ‘vlogger’, da mesma forma que os bloggers, retrata um recorte do contexto cotidiano conforme sua própria visão do real. Conforme a própria experiência e vivência no cotidiano.

A linguagem gesticular e gestual, além da verbal, se tornam objetos de singularidade das subjetividades. Somada à linguagem multimídia, diretamente influenciada pelos elementos inseridos por via de edição. Além do fato de que a produção audiovisual na internet faz uma conexão entre o regional, o local e o global. Tudo isso, somado a outros fatores, faz com que os vídeos compartilhados na internet se tornem um objeto de estudo de acentuado valor.

Conforme Santaella (2001, p. 77),

o papel desempenhado pelos meios de comunicação passou a ser uma tal ordem a ponto de se poder afirmar que, sem os meios de comunicação teleinformáticos, o complexo fenômeno da globalização, tanto nos seus aspectos econômicos e políticos quanto certamente culturais, não teria sido possível.

Da mesma forma, a construção e compartilhamentos dos vídeos postados na internet ganham importância acentuada na construção social da realidade, da inteligência coletiva e do estabelecimento de laços sociais entre indivíduos pertencentes a tribos temáticas e comunidades virtuais. Neste contexto, se torna crucial a análise de conteúdo dos vídeos online.

A análise de conteúdo em vídeos na internet não é muito diferente da análise de conteúdo de outros formatos de mídia. É distribuída nas mesmas fases que a grande

maioria das pesquisas sobre outros objetos de estudo. Conforme Bardin (2011, p. 125), “as diferentes fases da análise de conteúdo, tal como o inquérito sociológico ou a experimentação, organizam-se em torno de três polos cronológicos: 1) a pré-análise; 2) a exploração do material; 3) o tratamento dos resultados, a interferência e a interpretação”.

A pré-análise é uma fase de organização em que as ideias iniciais são operacionalizadas e sistematizadas, “de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas” (BARDIN, 2011, p. 125). É esta fase inicial que irá nortear toda a pesquisa a partir de um cronograma e da definição do que será observado e analisado.

Contudo, a principal fase da análise de conteúdo é a exploração do material. É na exploração que serão averiguados os tópicos de estudo e confirmadas as hipóteses especulativas. “Esta fase, longa e fastidiosa, consiste essencialmente em operações de codificação, decomposição ou enumeração, em função de regras previamente formuladas” (BARDIN, 2011, p. 131).

Durante a exploração é feito um tratamento do material. “Tratar o material é codificá-lo. A codificação corresponde a uma transformação – efetuada segundo regras precisas – dos dados brutos do texto” (BARDIN, 2011, p. 133).

Um dos principais pontos a serem observados nos vídeos é o tema. “O tema, enquanto unidade de registro, corresponde a uma regra de recorte (do sentido e não da forma) que não é fornecida, visto que o recorte depende do nível de análise e não de manifestações formais reguladas” (BARDIN, 2011, p. 135).

A análise de conteúdo dos vídeos, assim como em outras mídias, também se divide em duas partes elementares. Uma qualitativa e outra quantitativa. Conforme Bardin,

a abordagem quantitativa e qualitativa não têm o mesmo campo de ação. A primeira obtém dados descritivos por meio de um método estatístico. Graças a um desconto sistemático, esta análise é bem mais objetiva, mais fiel e mais exata, visto que a observação é mais bem controlada. Sendo rígida, esta análise é, no entanto, útil nas fases de verificação das hipóteses. A segunda corresponde a um procedimento mais intuitivo, mas também mais maleável e mais adaptável a índices não previstos, ou à evolução das hipóteses (BARDIN, 2011, p. 145).

Dentre os infinitos modelos de pesquisa e as mais distintas configurações de ações, um exemplo o qual pode ser utilizado e adaptado à pesquisa sobre conteúdo audiovisual na internet é o modelo utilizado pelo GJOL (Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line - UFBA).

Nesta metodologia o pesquisador percorre três etapas: 1) Revisão preliminar da bibliografia, acompanhada de análise de organizações jornalísticas relacionadas ao objeto de estudo; 2) Delimitação do objeto com formulação das hipóteses de trabalho e estudos de caso com pesquisa de campo (participante ou não) nas organizações jornalísticas e 3) elaboração de categorias de análise, processamentos do material coletado e definição conceitual sobre as particularidades dos objetos pesquisados (MACHADO E PALACIOS, 2007, p. 201).

Na análise de conteúdo sobre vídeos da internet, um dos fatores merecedores de atenção é o caráter de registro histórico dos arquivos audiovisuais. Cada vídeo é carregado de uma linguagem específica que denota uma época. Assim como o tema, os cenários e o figurino. Tudo influencia e constitui o produto final como arquivo de memória social de um tempo.

Conforme Bonin (2009), “enel contexto de lamediatizacion de lasociedad, los médios de comunicacióntambiénaactúanenlaconstitución de las memorias sociales, realidade que nos invita a pensar, por la via de lainvestigación, enlas particularidades de esta acción configuradora” (p. 55). Ainda,

la memoria individual se establece y se organiza em cuadrossociales; pose ela dimensión social dada por ellenguaje, por lainserción del individuo enun contexto social y en relaciones de pertenencia; se ampara y constituyeenlas relaciones que el individuo mantieneconlosotros miembros de su grupo (BONIN, 2009, p. 57).

Em relação à memória coletiva e a consciência do passado, “cada individuo puedeimponersu próprio estilo, dependiendo de sutrayectoria, de los contextos vividos, entre otros fatores” (BONIN, 2009p. 58). Desta forma, não só o conteúdo, mas principalmente a recepção e interpretação deste conteúdo são fatores determinantes da memória social. A análise de conteúdo é, de certa forma, uma análise histórica da

memória, uma vez que o conteúdo registrado é uma forma de arquivamento de um momento registrado em um formato de mídia específico.

Levando em conta a importância da produção audiovisual amadora na internet, podemos acrescentar um elemento chave de diferenciação na pesquisa e, sobretudo, na análise de conteúdo desta mídia específica: a experiência prática de produção e interação do pesquisador com o objeto de estudo.

A experiência do pesquisador com o objeto estudado pode influenciar na hora de construir as considerações sobre o tema. Conforme Teixeira (2005),

na pesquisa qualitativa o pesquisador procura reduzir a distância entre a teoria e os dados, entre o contexto e a ação, usando a lógica da análise fenomenológica, isto é, da compreensão dos fenômenos pela sua descrição e interpretação. As experiências pessoais do pesquisador são elementos importantes na análise e compreensão dos fenômenos estudados (TEIXEIRA, 2005, p. 137).

Desta forma, na análise de blogs e vlogs, bloggers e vloggers têm potencial particular à observação do respectivo objeto de estudo, carregando na análise a experiência empírica da construção de conteúdo similar ao analisado.

Sobre a importância da pesquisa empírica (a qual também pode ser relacionada à influência do conhecimento empírico do pesquisador sobre o tema), Maldonado (2006) afirma que:

Na produção de conhecimento em comunicação a pesquisa empírica é um recurso metodológico indispensável para a realização de investigações que gerem propostas estratégicas, políticas e saberes teóricos consistentes para a transformação das condições e dos modos de produção midiáticos (MALDONADO, 2006, p. 278).

Assim sendo, os vídeos amadores na internet constituem um importante objeto de estudo no campo da Comunicação. A pesquisa sobre tais objetos pode nos ajudar a entender melhor a construção da memória da sociedade atual, as interações virtuais, a construção de conteúdo e os relatos a partir de narrativas do cotidiano. Neste sentido, se torna fator diferencial o empirismo do pesquisador em relação ao objeto de estudo.

Análise de conteúdo da entrevista: a “decupagem” no gabinete

Antecipadamente à classificação dos conteúdos recolhidos no campo de pesquisa, faz-se necessário executar o processo de conceituação, i.e., especificação dos conceitos com precisão, estabelecendo indicadores, dimensões e atributos a fim de que o pesquisador – e qualquer agente envolvido na decupagem ou leitura final do estudo – conheça de antemão as categorias escolhidas para aquele trabalho. Em seguida, estabelece-se a definição operacional que aponta como o conceito será medido na amostra. Com isso, o pesquisador demarca de maneira abstrata os limites e significados constituintes do seu estudo, permitindo, sobretudo, a validação de seus resultados num confronto entre o coletado e o pressuposto.

Contudo, a validade em análise de conteúdo pode se referir a diferentes instâncias, como até o grau em que o resultado representa corretamente o texto, ao grau de correspondência entre uma categoria de análise e o conceito abstrato que a representa à maneira pela qual uma medida se relaciona com outras medidas dentro do sistema de análise (HERSCOVITZ, 2007). Um estudo também pode aumentar sua validação por meio da corroboração de resultados de pesquisas anteriores, pela prática de refinação de conceitos abstratos, pela utilização de mais de uma medida para evitar distorções, pelo apoio de teorias que fundamentem a mensuração proposta, pela certeza de que se trabalha com uma amostra de tamanho adequado.

Para afirmar que um estudo tem validade é preciso garantir que os resultados da análise não extrapolam a amostra nem foram obtidos em razão de outros fatores como erros sistemáticos ou casuais provocados por interferências de outras variáveis não-controladas (HERSCOVITZ, 2007, p. 136).

As proposições aprofundadas em Lopes (2010) também se mostram fundamentais para toda a validade e execução da pesquisa. Com o conceito de *reflexividade*, defende a constante atitude consciente e crítica em relação às operações metodológicas realizadas ao longo da investigação, com questionamento da construção, observação e análise do objeto de pesquisa. O processo age concretamente por operações de vigilância sobre o conhecimento que se está produzindo.

Ser capaz de entender e comunicar a diferença cultural entre sujeito e objeto da investigação é um dos modos de refletir epistemologicamente sobre o processo de observação, segundo a autora. Trata-se da ruptura com o senso comum – não de forma teoricista –, mas pela via da experiência do trabalho de campo, em que são relativizados o senso comum do informante e o ponto de vista científico do pesquisador. Com essa atitude, evitar-se-ia dois obstáculos ao conhecimento encontrados nas pesquisas empíricas em comunicação: o vício teoricista de pressupor a passividade do objeto de investigação; o vício etnocêntrico de confundir o desejo sobre o que a realidade deve ser com o que é.

A superação desseteoricismo racionalista residiria em duas orientações: os modelos de análise não podem resultar apenas de uma problematização teórica prévia, devendo ser reelaborados quando se encontra “em campo”; e as construções teórico-interpretativas não podem opor-se às construções interpretativas comuns dos atores sociais. Estes, de fato, funcionam como postulados teóricos mais abstratos que permitem comparar e sistematizar conhecimentos sobre diferentes contextos sociais.

Nesse quadro, criam-se condições para que as teorias sociais estejam próximas não só dos investigadores, sem se limitarem apenas às construções simbólicas dos atores sociais, mas também da já referida capacidade de *reflexividade prática ou social* dos atores sociais comuns, admitindo que estes decidam incorporar interpretações científicas por serem adequadas e plausíveis face à consciência prática que já têm sobre os seus contextos de vivência (LOPES, 2010, p. 38).

Os dois aspectos da reflexibilidade propostos pela autora se configuram, primeiramente, numa *desnaturalização do trabalho de campo através da crítica à falsa neutralidade das técnicas*. Pelo fato de o objeto da ciência não ser dado, mas construído por teorias e métodos, é exigido do pesquisador a permanente vigilância epistemológica (uso da reflexividade epistêmica aplicada ao conhecimento que está produzindo). “Quase sempre, apresentam-se apenas as técnicas *escolhidas* e sua justificativa *a posteriori*, quando os dados empíricos já foram colhidos e construídos, geralmente com um baixo grau de consciência quanto às dimensões epistemológicas implicadas”

(LOPES, 2010, p. 42). Na verdade, quanto menos consciente seja a teoria implícita, maiores as possibilidades do seu mau controle e desajuste ao objeto.

O segundo aspecto trata da *objetivação da relação comunicacional no contexto da pesquisa de campo*. Aqui o trabalho de campo é entendido como campo dinâmico de relações, configurando processos de negociação, colaboração e resistência. Sua crítica reside no fato de que raramente os processos de comunicação envolvidos no trabalho de campo são referenciados e tomados como objeto de reflexão epistêmica em toda sua complexidade. Assim, cada situação social sofre a intervenção de, pelo menos, três elementos: um conjunto limitado de atores sociais, as ações e comportamento desses atores e um evento ou conjunto de eventos que referencia a situação social a um determinado momento. Com isso,

o trabalho de campo configura um espaço de interação de diferentes finalidades e sistemas de representação em que se põe em jogo não somente o interesse acadêmico e sua relevância científica, mas, igualmente, e de maneira cada vez mais acentuada, a necessidade de “compreender” a demanda dos “outros” construídos como objetos de pesquisa (LOPES, 2010, p. 46).

A ruptura epistemológica com o empirismo ingênuo, proposto por Rossetti (2010), é também um contributo ao desenvolvimento da pesquisa em comunicação. De posse de seus dados, fruto do trabalho de campo, o pesquisador se encontra desafiado pelo empirismo que postula que o *real empírico* é em si mesmo e independente do olhar científico do pesquisador. Para a autora, o objeto não é o empírico em si, mas o dado empírico revestido de teoria e objetivado pelo pesquisador.

Outro enfrentamento que o pesquisador deve superar é o da *experiência primeira*, i.e., a experiência colocada antes e acima da crítica e que não se constitui como base segura. Esse obstáculo se enraizaria na ilusão de que existe uma realidade empírica anterior e independente das teorias científicas. “Na verdade, o conhecimento científico não é imediato, todo dado e toda ideia científica são resultados de um trabalho de construção e retificação racional” (ROSSETI, 2010, p. 84). A *experiência primeira* não pode existir porque, na ciência, nada vale por si só, nada é dado, tudo é construído,

contrariando, assim, o empirismo ingênuo segundo o qual é possível a apreensão direta do dado empírico pela percepção.

Com isso, destaca Rossetti (2010), o que há para ser procurado no campo dos fenômenos da comunicação é um objeto científico revestido de teoria, não o empírico que a pesquisa tem a pretensão de apreender de forma imediata. “Não é possível o acesso direto à realidade empírica da comunicação, sem a mediação do próprio observador-pesquisador, que já carrega em seu olhar um enfoque teórico e que, portanto, no momento em que recebe o dado empírico, o constrói” (ROSSETTI, 2010, p. 85).

Globalmente, podemos segmentar a análise de conteúdo em três polos cronológicos: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados (BARDIN, 2009). A primeira fase é composta pela escolha dos documentos a serem submetidos à análise, pela formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores. A segunda, por sua vez, trata-se da aplicação sistemática das decisões tomadas durante a pré-análise. E a terceira pode ser realizada por operações estatísticas simples ou complexas, que permitem estabelecer quadro de resultados, diagramas, figuras e modelos.

Essa fase de organização da análise precede outras três etapas, ainda segundo Bardin (2009). Na *codificação*, efetua-se a transformação dos dados em bruto do texto por recorte, agregação e enumeração, atingindo uma representação do conteúdo ou da sua expressão. A *categorização* permite conhecer índices invisíveis ao nível dos dados em bruto por meio de uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo o gênero com critérios previamente definidos. E a *inferência* se constitui numa interpretação controlada, mas de natureza muito diversa, que pode dar-se através de polos como, e.g., emissor, receptor e mensagem. “Por outras palavras, trata-se de realizar uma análise de conteúdo sobre a análise de conteúdo!” (BARDIN, 2009, p. 167).

No que compete às técnicas de análise de conteúdo, cronologicamente a etapa seguinte no percurso de investigação, Bardin (2009) aponta seis fases, que explicaremos de forma sucinta. A primeira delas, e mais elementar, é a *análise categorial*, regida por

operações de desmembramento do texto em categorias segundo reagrupamentos analógicos. Em seguida a autora traz a *análise de avaliação*, cuja finalidade é medir as atitudes do locutor quanto aos objetos de que ele fala. “Uma atitude é uma pré-disposição, relativamente estável e organizada, para reagir na forma de opiniões (nível verbal), ou de atos (nível comportamental), em presença de objetos (pessoas, ideias, acontecimentos, coisas etc.) de maneira determinada” (BARDIN, 2009, p. 201).

A técnica seguinte é a *análise da enunciação*, que carrega duas características: apoia-se numa concepção da comunicação como processo e não como dado e funciona desviando-se das estruturas e dos elementos formais. Ela assenta numa concepção do discurso como palavra em ato, enquanto a análise de conteúdo clássica considera o material de estudo um dado, algo imobilizado.

Se o discurso for perspectivado como processo de elaboração onde se confrontam as motivações, desejos e investimentos do sujeito com as imposições do código linguístico e com as condições de produção, então o desvio pela *enunciação* é a melhor via para se alcançar o que se procura (BARDIN, 2009, p. 216).

Outra técnica apresentada é a *análise proposicional do discurso*, que procura resolver algumas insuficiências da divisão em categorias. Adapta-se especialmente ao material verbal produzido por entrevistas e procura identificar como e através de que estrutura argumentativa se exprimem as questões e as ações dos agentes. A técnica é seguida pela *análise da expressão*, que por sua vez carrega indicadores de ordem formal e é aplicada em setores como investigação da autenticidade de um documento, psicologia clínica, discursos políticos ou os que são suscetíveis de veicular uma ideologia. Por fim, a autora apresenta a *análise das relações*, dividida em análise das co-ocorrências (procura extrair do texto as relações entre os elementos da mensagem), análise estrutural (procura a ordem imutável sob a desordem aparente) e análise do discurso.

Considerações finais

Em Fonseca Júnior (2008), citando Krippendorff (1990) vemos como fundamental a consideração de seis premissas para pesquisas científicas que se apropriem da análise de conteúdo como tática de procedimento metodológico: (a) os dados, tais como se apresentam ao analista; (b) o contexto dos dados; (c) o conhecimento do pesquisador; (d) o objetivo da análise de conteúdo; (e) a inferência como tarefa intelectual básica; (f) a validade como critério de sucesso.

Como toda tática ou mesmo estratégia, a análise de conteúdo apresenta suas vantagens e desvantagens. Os pontos fortes e os fracos da AC consideram, entre diversos fatores e variáveis inerentes às pesquisas, outros métodos, ferramentas e técnicas predispostos a investigação científica.

Com relação às vantagens. A análise de conteúdo permite um empreendimento metodológico ao pesquisador desprovido de recursos financeiros. Não requer, necessariamente, uma equipe de trabalho. Como os produtos estão prontos, o objeto de estudo não é afetado diretamente pelo pesquisador, embora este possa falhar na interpretação dos materiais. Permite com relativa facilidade a revisão do experimento e uma nova codificação dos textos. Ainda, possibilita o trabalho com uma grande carga de informações por longo período de tempo. Por fim, permite também a intersecção entre os tipos de pesquisa quantitativa e qualitativa para a geração de inferências mais complexas (LAGO E BENETI, 2010).

Em relação às desvantagens, mais que reivindicar bastante tempo e atenção do pesquisador, “limita-se às informações previamente registradas pelos meios de comunicação, e, portanto, não pode analisar o que está ausente” (LAGO E BENETI, 2010, p. 139). Principalmente quando apoiada apenas na contagem de palavras por computador, pode gerar falsas interpretações pelo investigador. É um trabalho solitário, de exaustão. Não pressupõe a existência de “arquivos com dados brutos para análise secundária nem bancos de dados com categorias armazenadas sobre diferentes tipos de estudo que permitam replicações” (LAGO E BENETI, 2010, p. 139).

Apesar de permitir o exame para além dos significados imediatos, a análise de conteúdo possui apenas regras de base e não um modelo pronto e acabado para ser aplicado. Tanto é que Bardin (2009) reforça que seria melhor falar de *análises* de conteúdo. Em seu processo de trabalho, o investigador se envolve com vestígios: efeitos são analisados em busca da sua causa. E procura obter conhecimento deduzindo de maneira lógica (inferência).

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo, Edições 70, 2011.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

BONIN, Jiani Adriana. **Investigando memorias mediatizadas**: construciones teórico-metodológicas y constataciones. In: Metodologias Transformadoras – tejeiendolared em comunicaci3n, educaci3n, ciudadan3a e integraci3n em Am3rica Latina. Caracas: FondoEditorial CEPAP: UNESR, 2009.

FERRARA, Lucrecia D'Al3ssio. **A estrat3gia emp3rica da comunicac3o**. In: BRAGA, Jos3 Luiz; LOPES, M. I. V.; MARTINO, Luiz Claudio (Orgs.). Pesquisa emp3rica em comunicac3o. S3o Paulo: Paulus, 2010.

FISCHER, Martina Eva. **O cart3grafo e sua bagagem**. In: MALDONADO, Alberto Efendy; BONIN, Jiani Adriana; ROS3RIO, N3sia Martins do. Perspectivas metodol3gicas em comunicac3o: desafios na pr3tica investigativa. Jo3o Pessoa: Editora Universit3ria da UFPB, 2008.

FONSECA J3NIOR, Wilson Corr3a da. **An3lise de cont3udo**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). M3todos e t3cnicas de pesquisa em comunicac3o. 2. ed. S3o Paulo: Atlas, 2008.

HERSCOVITZ, H. G. **An3lise de cont3udo em jornalismo**. In: LAGO, Cl3udia; BENETTI, M3rcia (Orgs.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

LOPES, Maria Immaculata Vassalo. V. **Pesquisa em comunicac3o**: formulac3o de um modelo metodol3gico. 4. ed. S3o Paulo: Loyola, 1999.

LOPES, Maria Immaculata Vassalo. **Reflexividade e relacionismo como quest3es epistemol3gicas na pesquisa emp3rica em comunicac3o**. In: BRAGA, J. L.; LOPES, M. I. V.; MARTINO, L. C. (Org). Pesquisa emp3rica em comunicac3o. S3o Paulo: Paulus, 2010.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL.** In: Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

MALDONADO, Alberto Efendy. **Práxis teórico/metodológica na pesquisa em comunicação: fundamentos, trilhas e saberes.** In: Metodologias de Pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**". São Paulo: Hacker editores, 2001.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

TEIXEIRA, Elizatbeth. **As três metodologias: acadêmica, da ciência e da pesquisa.** Petrópolis, RJ: vozes, 2005.